

# Presentació

## **Alfredo Gutiérrez Zavala**

Director general d'ATLL, Concessionària de la Generalitat de Catalunya, SA

L'aigua és present en les activitats humanes des dels temps prehistòrics. El pas del temps i la geografia de cada zona han anat marcant els diferents usos de l'aigua i han conduït a l'aparició de nous aprofitaments d'aquest element, en funció de les necessitats de l'època i el lloc. D'aquesta manera, s'ha anat modificant també el paisatge gràcies a l'aparició d'aquests usos com els que feien antigament a les termes romanes, els pous de glaç, els assuts, els passos de barca, les rescloses, els canals, els molins..., que són els testimonis més antics dels usos econòmics de l'aigua. Més recentment, a l'inici del procés d'industrialització, l'energia hidràulica va ser aprofitada com a força motriu, per exemple, per a les indústries tèxtils situades a les ribes fluvials. Actualment, l'aigua és un dels recursos naturals més preuats per al consum dels ciutadans i està estretament lligada a les activitats econòmiques de qualsevol societat, principalment en processos relacionats amb la neteja, la refrigeració o el reg de grans extensions agrícoles.

Per tot plegat, és imprescindible i necessari fer-ne una gestió acurada, com la que es planteja des d'ATLL, Concessionària de la Generalitat de Catalunya. Aquesta gestió passa per satisfer unes demandes creixents de serveis de l'aigua, evitant una degradació més gran dels ecosistemes i dels processos naturals, i sense hipotecar la garantia de disposar de recursos en quantitat i qualitat suficients en el futur. Sens dubte, és un repte important al qual cal donar resposta d'una manera efectiva i coordinada.

La gestió dels recursos hídrics, doncs, no es limita tan sols a garantir l'oferta d'aigua, sinó que també cal centrar esforços a augmentar l'eficiència en tots els serveis i usos finals, aprofitar les oportunitats que ofereixen les noves tecnologies i gestionar la demanda d'una manera adequada, d'acord amb els objectius ambientals i de sostenibilitat fixats. D'acord amb aquests principis, l'interès d'una bona gestió de l'aigua en els diferents sectors econòmics s'ha d'entendre com un benefici per a aquests sectors i empreses en termes de minimització del consum de recursos, d'innovació

i eficiència de processos, de compliment de la legislació, de responsabilitat social i de competitivitat. Cal afegir que el client final ja no solament valora la qualitat del producte, sinó que cada vegada més es valoren els criteris ambientals que afecten els processos productius.

És per aquesta raó que tots els projectes redactats per ATLL inclouen un annex mediambiental, que incorpora les mesures correctores i de minimització de l'impacte ambiental, i un annex de gestió de residus, que defineix el tractament i la destinació dels residus generats per les obres. El canvi climàtic i la manca de disponibilitat d'aigua dolça en quantitat i qualitat suficients són temes que preocupen especialment ATLL Concessionària, com a responsable de l'abastament d'aigua potable a 5 milions d'habitants, com també als serveis i les indústries establertes en la zona de subministrament de l'empresa.

Tot plegat implica fer nombroses inversions en infraestructures com les que duu a terme ATLL Concessionària per mantenir el seu triple compromís amb la qualitat, la quantitat i la pressió d'aigua dolça que reclamen els usuaris. D'aquesta manera, són fonamentals les inversions fetes per garantir aquesta disponibilitat, evitar la deslocalització de les empreses i facilitar el desenvolupament econòmic i social dels municipis.

Aquests principis són els que ens permeten oferir una millora en el servei d'abastament d'aigua que realitza l'empresa i un augment de la garantia en la quantitat i la qualitat de l'aigua disponible, cosa que permet el desenvolupament i el creixement dels municipis que reben aigua potable de la xarxa Ter-Llobregat. D'aquesta manera, poden disposar recursos hídrics amb vista a futurs creixements de població o instal·lació de noves indústries al municipi.

# Presentació

**Joan Nogué**

Director de l'Observatori del Paisatge de Catalunya

El paisatge és cada cop més una peça clau del desenvolupament local i un recurs econòmic de primer ordre, i no tan sols per a sectors que en viuen directament, com el turístic o el vitivinícola. Hi ha un munt d'iniciatives innovadores i emprenedores que són capaces de generar ocupació i que troben en el paisatge la seva font d'inspiració. D'altra banda, moltes empreses decideixen localitzar-se en un territori determinat —i no en un altre— perquè el seu paisatge dota el seu producte amb contingut i significació. Aquestes empreses són les primeres interessades a vetllar pel manteniment i la millora de la qualitat i la singularitat del paisatge en el qual s'insereixen, perquè els atorga un valor afegit molt difícil de reemplaçar. Cada cop és més evident, per tant, el potencial competitiu i d'atracció d'oportunitats de negoci i emprenedoria que té el paisatge, sempre que no s'hagi banalitzat ni hagi perdut la seva identitat. I això val tant per a l'economia convencional com per als sectors econòmics alternatius.

Ho sabíem. Estàvem convençuts que això era així, però ho volíem constatar i, més encara, compartir. I res millor per fer-ho que organitzar un seminari internacional sobre el tema, *Paisatge, economia i empresa*, que va tenir lloc a Barcelona els dies 26 i 27 de novembre de 2015. Hi van participar destacats experts en la matèria que debateren sobre el paisatge com a factor competitiu i d'innovació dels territoris, com a actiu per al desenvolupament, com també sobre els instruments de finançament per a la millora i la gestió del paisatge i sobre el paper de les fundacions i, en general, del patrocini i el mecenatge en paisatge. El seminari va esdevenir un fòrum extraordinari per comparar experiències europees en la matèria i aconseguir els objectius concrets que perseguíem, això és: valorar el paper del paisatge com a actiu econòmic, ressaltar les oportunitats que ofereix el paisatge per al món empresarial, detectar oportunitats de negoci lligades a la gestió del paisatge, fomentar la sensibilització en paisatge en el sector empresarial, conèixer formes d'inversió i finançament per a la conservació

i la millora dels paisatges, aprendre de bones pràctiques i construir un espai d'intercanvi i coneixement entre el sector econòmic i empresarial i les experiències i els projectes sobre paisatge.

El llibre que ara presentem, el cinquè volum de la sèrie “Reflexions” de la col·lecció “Plecs de Paisatge”, n’és un tast, un resum molt complet, però no exhaustiu, atès que no hi hem pogut reflectir, per exemple, el contingut dels rics debats posteriors a cada ponència. És, però, suficient per transmetre al lector les enormes possibilitats i potencialitats d’aquesta temàtica. S’estructura en tres blocs, i cada bloc inclou dos capítols principals i els textos de les taules rodones. El primer bloc porta per títol “El paisatge com a factor competitiu i d’innovació dels territoris” i l’encapçala el text “Les marques i el sentit de lloc com a factors de competitivitat territorial. L’aportació del paisatge”, de Jordi de San Eugenio, doctor en Comunicació per la Universitat Pompeu Fabra i professor de la Universitat de Vic. Segueix Cristóbal Gracia, membre de OuiShare, amb el capítol “Economia col·laborativa i paisatge”, on explica com funcionen les plataformes col·laboratives. Per acabar el primer bloc, i amb el títol “El paisatge com a actiu per al desenvolupament”, s’engloben quatre textos que aborden les relacions del paisatge amb diferents sectors econòmics: el geògraf i tècnic de paisatge Òscar Borràs s’endinsa en el sector vitivinícola; la geògrafa i tècnica d’empreses i activitats turístiques Montserrat Barniol se centra en l’economia social des de la Xarxa de Custòdia del Territori; la paisatgista Ludovica Marinaro analitza les relacions entre la ciutat i el port, i Aleksandar Ivančić, doctor en Enginyeria Industrial, penetra en el sector energètic.

El segon bloc, “Instruments de finançament per la millora i gestió del paisatge”, és iniciat per Geert Gielen, director de Landschapsbeheer Flevoland dels Països Baixos, amb el capítol “Donar diners sense gastar-ne”. El segon exemple exposat porta per títol “Els partenariats pel paisatge al Regne Unit”, i és a cura de Jim Dixon, conseller de la Heritage Lottery Fund del

Regne Unit. Finalitzen el bloc els textos de Marco Tamaro, director de la Fondazione Benetton Studi Ricerche, i Ana Vallés, directora de la Fundació Sorigué, tots dos amb el títol “El paper de les fundacions”.

Finalment, el tercer bloc, “La iniciativa empresarial basada en el paisatge”, inclou el capítol de Miquel Vidal, consultor ambiental, amb el títol “La protecció del paisatge a través de l’economia circular”, i el de Jaume Mateu, director general de Mobilitat i Transports del Govern de les Illes Balears, amb el text “El paisatge, element clau per repensar el model turístic”. Els darrers textos del llibre s’engloben sota l’epígraf “Iniciatives, màrqueting i paisatge”, que inclou les aportacions d’Esteve Dot, professor de Geografia econòmica de la Universitat Autònoma de Barcelona; Jordi Romero-Lengua, expert en comunicació i màrqueting transformacional, sostenibilitat i acció social, i Cecília Tham, assessora estratègica en innovació oberta.

Novament, ni el seminari ni aquesta publicació no haurien estat possibles sense la col·laboració de l’empresa ATLL, Concessionària de la Generalitat de Catalunya, el director general de la qual, Alfredo Gutiérrez, ha tingut l’amabilitat d’escriure també unes paraules de presentació per a aquesta publicació. Estem profundament agraïts a ATLL per aquest patrocini, que representa una fita més en la col·laboració entre ambdues institucions.